

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Target penerimaan pajak menurut Ditjen Pajak Kemenkeu tahun 2019 tumbuh sebesar 20,1 persen dari realisasi penerimaan pajak tahun 2018 (beritasatu.com). Upaya penagihan di dalam pajak merupakan hal yang sangat penting, karena pajak merupakan sumber pendapatan negara yang mempunyai porsi besar dalam APBN. Perusahaan yang merupakan salah satu wajib pajak memiliki kewajiban membayar pajak. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih.

Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya (Yoehana, 2013). Karena dianggap biaya oleh perusahaan maka perusahaan akan melakukan strategi-strategi untuk menguranginya. Salah satu strategi yang mungkin dilakukan adalah penghindaran pajak (*tax avoidance*) yaitu usaha untuk mengurangi beban pajak yang bersifat legal (*lawful*) dengan menuruti aturan yang ada.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan yang digunakan perusahaan untuk memperbaiki citra perusahaan agar dapat diterima masyarakat. Menurut *World Bank Group*,

tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebut sebagai komitmen bisnis berkelanjutan yang berkontribusi bagi ekonomi dan berpengaruh pada lingkungan sekitar dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas sarana dan keberlangsungan hidup masyarakat. Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa pajak dan CSR sama-sama ditujukan untuk kesejahteraan umum. Namun bedanya pajak dikelola oleh pemerintah yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum sedangkan biaya CSR dikelola perusahaan kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum. Pengungkapan informasi CSR dilakukan perusahaan sebagai wujud perhatian perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pemerintah melalui ketaatannya dalam pembayaran pajak. Karena perusahaan sudah memenuhi kewajiban kepada masyarakat sebenarnya sudah membantu pemerintah mensejahterakan rakyatnya.

Beban pajak yang ditanggung perusahaan mengenai perlakuan Pajak Penghasilan atas pengeluaran yang dikeluarkan dalam rangka *Corporate Social Responsibility* diatur dalam UU No. 36 Tahun 2008. Pada dasarnya kedua beban tersebut dapat digunakan untuk mensejahterakan masyarakat, namun agar perusahaan tidak terbebani dengan kedua beban tersebut maka perusahaan mencari cara untuk meminimalkan pajak yang ditanggung melalui kegiatan *tax avoidance*.

Cara untuk meminimalkan pajak yang ditanggung perusahaan dalam aktivitas CSR adalah melalui strategi yang diterapkan dalam Pajak Penghasilan (PPh) maupun Pajak Pertambahan Nilai (PPn). Dari sudut Pajak Penghasilan (PPh), perusahaan biasanya harus memilih strategi khusus sehingga biaya yang dikeluarkan untuk program CSR dapat dibebankan sebagai biaya yang dapat

mengurangi laba kena pajak. Sementara dari sudut Pajak Pertambahan Nilai (PPn), perusahaan biasanya memilih strategi tertentu sehingga barang atau jasa yang diberikan kepada pihak penerima tidak terutang PPn ataupun kalangan terutang diupayakan seminimal mungkin (M. Iqbal Alamsyah, 2010)

Fenomena kasus *tax avoidance* terjadi pada PT Coca Cola Indonesia. PT Coca Cola Indonesia telah diduga melakukan penghindaran pajak yang menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun 2002, 2003, 2004, dan 2006. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga beban kena pajak PT CCI otomatis ikut mengecil. Beban biaya tersebut merupakan hasil dari pembiayaan iklan minuman merk coca cola dari rentang waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Akibatnya ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak PT CCI pada periode itu adalah Rp603,48 miliar. Sedangkan berdasarkan perhitungan dari PT CCI, penghasilan kena pajak hanya berjumlah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPH) PT CCI Rp 49,24 miliar. Bagi DJP, beban biaya itu sangat mencurigakan dan hasil tersebut mengarah pada praktik *tax avoidance* (bisniskeuangan.kompas.com).

Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap *tax avoidance* telah beberapa kali dilakukan. Penelitian ini pernah dilakukan oleh Rahmawati (2016), Hidayati (2017) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*. Hasil berbeda ditunjukkan oleh Darma,

Noviari (2017) yang menunjukkan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*.

Hasil penelitian yang tidak konsisten memotivasi peneliti untuk menguji kembali pengaruh karakteristik pengungkapan CSR dan *tax avoidance* pada perusahaan. Objek penelitian ini adalah Wajib Pajak Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2017.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu:

Apakah CSR berpengaruh terhadap *tax avoidance*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu:

Untuk menguji secara empiris pengaruh CSR terhadap *tax avoidance*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada pihak perusahaan agar menggunakan *Corporate Social Responsibility* dengan lebih bertanggung jawab, serta memberi kesadaran kepada pemilik perusahaan agar menyetor pajak sesuai aturan yang ada.

1.3.2.2 Manfaat Praktis:

1. Bagi bidang akademik diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan dalam literatur penelitian lebih lanjut tentang pengungkapan CSR terhadap *tax avoidance*.

2. Bagi perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk melaksanakan program CSR secara berkelanjutan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

